

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis deskriptif dan verifikatif dapat disimpulkan bahwa pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan di Vayatour Bandung dengan menggunakan *path analysis* dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan *personal selling* di Biro Perjalanan Wisata Vayatour Bandung terdiri dari *Generating leads, Conducting a needs assessment, Developing and proposing solutions, Handling Objections, Closing the sale,* dan *Following up* memiliki tanggapan yang baik dari para pengunjung Vayatour. Sub variabel yang mendapat penilaian tertinggi dari responden Vayatour adalah *generating lead* sedangkan sub variabel yang mendapatkan penilaian terendah adalah *following up*.
2. Penilaian pengunjung mengenai keputusan pembelian yang terdiri dari Pilihan Produk/Jasa, Pilihan Waktu Pembelian, Jumlah Pembelian, dan Metode Pembayaran di Vayatour Bandung mendapatkan tanggapan yang baik dari para pengunjung Vayatour. Indikator yang mendapatkan penilaian tertinggi adalah metode pembayaran sedangkan yang mendapatkan penilaian terendah adalah pilihan waktu dan pembelian.
3. Pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan di Vayatour Bandung yang terdiri dari *Generating leads,*

Conducting a needs assessment, Developing and proposing solutions, Handling Objections, Closing the sale, dan Following up sebagai berikut:

- a. *Generating leads* berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan di Vayatour Bandung, pengaruhnya cukup besar dibandingkan dengan variabel lainnya.
- b. *Conducting a needs assessment* berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan di Vayatour Bandung, memiliki pengaruh yang cukup besar dibandingkan dengan variabel lain. Namun, setelah menggunakan *model trimming* pengaruhnya paling besar dibandingkan dengan *Generating leads, Closing the sale* dan *Following up*.
- c. *Developing and proposing solutions* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan di Vayatour Bandung.
- d. *Handling Objections* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan di Vayatour Bandung.
- e. *Closing the sale* berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan di Vayatour Bandung, memiliki pengaruh yang tidak terlalu besar.
- f. *Following up* berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan di Vayatour Bandung, memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan dengan variabel lainnya setelah menggunakan *model trimming*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. Pelaksanaan *personal selling* telah dilaksanakan dengan baik, namun masih terdapat beberapa langkah yang belum dilaksanakan secara maksimal yaitu mengenai *following up*. Yang dimaksud dengan *following up* adalah menindaklanjuti atau kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya antara penjual dan pembeli. Berkaitan dengan hal tersebut, maka Vayatour direkomendasikan untuk mengembangkan kinerja karyawan khususnya mengenai teknik *following up* dengan cara:
 - a. Mengadakan pelatihan (*training*) bagi para karyawan
 - b. Menyediakan atau menyiapkan sistem dokumentasi tertulis yang berisi mengenai *database* pelanggan untuk memberikan informasi atau proses tindaklanjut.
 - c. Memberikan *news letter*, program promo, ucapan hari raya, ucapan selamat ulang tahun kepada pelanggan dan lain sebagainya agar tindaklanjut tetap berjalan.
 - d. Meningkatkan frekuensi menghubungi pelanggan untuk keperluan konfirmasi atau menginformasikan mengenai produk/jasa yang ditawarkan perusahaan sehingga dapat terjalin hubungan dalam jangka waktu yang panjang antara karyawan dan pelanggan.

2. Keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan di Vayatour Bandung yang mendapat penilaian rendah adalah pilihan waktu pembelian. Yang dimaksud dengan pilihan waktu pembelian yaitu keputusan pembelian yang disesuaikan dengan kebutuhan, keuntungan yang dirasakan dan alasan membeli. Maka dari itu, rekomendasi penulis berkaitan dengan pilihan waktu dan pembelian adalah:
 - a. Mengadakan survei kebutuhan pelanggan terhadap tiket penerbangan
 - b. Mencatat dan menganalisis kecenderungan kebutuhan pasar
 - c. Membuat program untuk meningkatkan target dari pelanggan bisnis, karena pelanggan bisnis biasanya tidak terpaku pada pilihan waktu pembelian ketika akan membeli tiket penerbangan.
 - d. Membuat program analisis kebutuhan pelanggan yang lebih baik dengan cara:
 - Mengadakan *training*/ pelatihan bagi karyawan agar karyawan dapat lebih bersikap empati terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan
 - Membuat daftar pelanggan bisnis sebagai sasaran utama perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan
 - e. Perusahaan sebaiknya memberikan pilihan waktu yang lebih beragam kepada pelanggan misalnya pilihan waktu pada saat acara pameran/*event*.
3. Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna. Hasil penelitian ini belum menjawab tuntas mengenai permasalahan yang terjadi sehubungan dengan adanya keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, maka penulis merekomendasikan dalam penelitian selanjutnya untuk dapat meneliti

mengenai strategi pengembangan produk atau program promosi lainnya untuk meningkatkan keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan di Vayatur Bandung.

